



Reportando a las Américas

Año 2. No. 1.

Octubre, 2012

Mensaje del Presidente de OIMA

La Organización de Información de Mercados de las Américas (OIMA) está entrando a una nueva fase, esto es debido al papel e importancia que la información de mercado oportuna y confiable sobre productos agropecuarios está siendo más ampliamente aceptada en todo el mundo probablemente más que antes. Si observa el enunciado de la visión de OIMA, podrá ver las siguientes palabras:

Ser reconocido como líder de clase mundial en los esfuerzos e iniciativas para apoyar, innovar y mejorar los sistemas de información de mercados agrícolas.

OIMA claramente ha estado haciendo grandes progresos en el cumplimiento de esta visión. Hemos participado con el Banco Interamericano de Desarrollo (BID) para asistirlos en una parte del proyecto PROMEFRUT en Centro América – un esfuerzo para incrementar la competitividad del sector de frutas tropicales en la región. De hecho, OIMA firmó una Carta de Entendimiento para la gestión del Subcomponente A del proyecto, el cual se trataba con el fortalecimiento de capacidades en los sistemas de información de mercado y las habilidades de inteligencia de mercado para los países participantes.

Hemos tenido éxito en conseguir el reconocimiento en las declaraciones de la Junta Interamericana de Agricultura (JIA), o los Ministerios de Agricultura de las Américas, en su reunión el pasado Octubre en Costa Rica. La declaración destacó la importancia de la información oportuna y confiable sobre mercados y productos agrícolas. Por supuesto, vamos a continuar luchando para traducir ese reconocimiento de apoyo a apoyo institucional real y sostenible, pero fue un importante paso para OIMA. El reconocimiento específico en la declaración fue:

Apoyar el trabajo de la Organización de Información de Mercados de las Américas (OIMA) para promover una mayor colaboración entre los Estados Miembros sobre maneras innovadoras para recolectar, procesar, analizar y diseminar información sobre los mercados y los productos agroalimentarios fomentando una mayor transparencia y eficiencia de los mercados.

También hemos apoyado en el último año el desarrollo de una organización como OIMA en el continente Africano llamada Sistema de Información de Mercados Agrícolas Africanos (AAMIS, por sus siglas en inglés). Los fundadores de AAMIS se han basado en las experiencias de OIMA y nos han utilizado como modelo. Hemos compartido nuestros documentos y estruc-

tura, incluyendo nuestras Reglas de Procedimientos. Hemos enviado un representante del Comité Ejecutivo, Enid Cuellar, para participar en su reunión formativa y a una reunión reciente sobre expertos para definir aún más como la organización debe funcionar. Los líderes de AAMIS han sido invitados para unirse a nosotros en la Reunión Regular de OIMA en Argentina en Octubre, y esperamos escuchar más acerca de sus planes.

Adicionalmente, hemos visto el establecimiento del Sistema de Información de Mercados Agrícolas (AMIS) por el G-20, que son las 20 economías más grandes del mundo. La creación de AMIS fue el resultado de la reciente crisis alimentaria mundial, que los estudios de la FAO la atribuyen tanto a la especuladores como a la falta de transparencia de mercado y oferta en los países claves del mundo. El enfoque inicial de AMIS serán cuatro principales cultivos de cereales – arroz, maíz, soya y trigo. La Secretaría de AMIS estará hospedada dentro de la Organización de las Naciones Unidas para la Agricultura y la Alimentación (FAO). Estados Unidos será el presidente entrante y USDA se le ha solicitado asumir un papel de liderazgo en el diseño del sistema. Es interesante notar que la misión de OIMA y AMIS son muy similares; básicamente el mejoramiento de información de mercados agrícolas, aunque AMIS busca mejorar también el análisis y pronóstico de cosechas. Hemos contactado a la presidencia entrante del AMIS de USDA y nos reuniremos en las próximas semanas para ver como OIMA puede apoyar las metas y esfuerzos de AMIS.

Continuamos viendo colaboraciones entre los países miembros de OIMA, incluyendo esfuerzos e intercambios de especialistas en forma bilateral, regional y hemisférica. Esfuerzos importantes en la creación de capacidades se están llevando a cabo con fondos de múltiples entidades, incluyendo USAID, BID, la Unión Europea, y otros. OIMA es más ampliamente reconocida como los expertos líderes en información de mercado y se le pide que tome un papel de liderazgo en el desarrollo de estos ejercicios de entrenamiento o en la prestación de los expertos a participar.

Mientras comenzamos nuestros arreglos y planes finales para la reunión de Octubre en Buenos Aires, hay mucho de lo que tenemos que estar orgullosos en términos de nuestros logros a la fecha. Obviamente todavía existe mucho que hacer en los días, meses y años que siguen, pero progreso se ha hecho. Gracias a todos los representantes de OIMA y a los profesionales de IICA por el trabajo que se ha llevado a cabo.

Espero ver a todos nuestros colegas en Argentina.

Un cordial saludo y mis mejores deseos,

Terry Long

Nota técnica: Componentes de un Sistema de Información de Mercado Agrícola Exitoso

Un Sistema de Información de Mercados Agrícolas es un sistema o una institución que colecta, procesa, analiza, y disemina información acerca de mercados agrícolas. Estas actividades se convierten en los principales componentes de un Sistema de Información Agrícola que le permite llevar a cabo sus actividades exitosamente. Debido a esto, OIMA desea compartir una serie de notas técnicas relacionadas a estos componentes. La primera nota técnica es sobre los factores claves que hacen un Sistema de Información de Mercados Agrícolas.

Parte A: Factores claves de un Sistema de Información de Mercados Agrícolas Exitoso

¿Qué es el éxito para un Sistema de Información de Mercados Agrícolas?

Por: Terry Long, Director de la División de Noticias de Mercado – Servicio de Mercadeo Agrícola (AMS, por sus siglas en Inglés), Departamento de Agricultura de Estados Unidos (USDA, por sus siglas en Inglés).

1. **Información precisa y oportuna** – conocer las necesidades de información de sus usuarios significa que usted tiene que tener los datos que ellos necesitan al tiempo en que ellos lo necesitan, y tienen que ser consistentemente correctos, para ser de valor para ellos.
 - a. Obtener la información, obtenerla correctamente y divulgarla – estas son las tres “patas de un banquillo” para un Sistema de Información de Mercados Agrícolas. Muchos de los sistemas son voluntarios, por lo tanto conseguir información de los comerciantes es un primer paso esencial. Para ser verdaderamente útil, debe ser precisa y disponible cuando necesitada.
 - b. Dos partes de la transacción – compradores y vendedores. Si usted tiene dudas acerca de la información que le está siendo proporcionada por los vendedores, el comprador es la mejor fuente de verificación ya que ellos saben lo que pagaron o lo que les fue ofrecido por el vendedor.
 - c. Escuchar la retroalimentación de los clientes – los usuarios de su información típicamente están en el mercado y tienen una buena idea de la oferta y los niveles de los precios. Adicionalmente, ellos pueden decirle qué información necesitan y cómo debe ser presentada o hacerla disponible.
2. **Ampliamente usada y dependiente de** – el estándar para un Sistema de Información de Mercados Agrícolas es como la información o los datos que ellos proveen son utilizados. El estándar de oro sería si esa información o esos reportes son usados en contratos u otros instrumentos legales, para asignar valor o para resolver las controversias comerciales.
 - a. Cooperación de la industria
 - Información a través de una serie de puntos de venta – reportes de mercado e información puede estar disponible a través de grabadoras telefónicas, programas de radio,
 - b. Metodología consistente – reporteros deben estar haciendo el mismo proceso en la cobertura del mercado en cada ubicación, así como utilizar los mismos términos. Los clientes pueden entonces utilizar cada reporte o lote de información y conocer lo que la información dice y como fue colectada.
 - Programas de entrenamiento – consistencia y conocimiento son productos esenciales de un programa de entrenamiento de un Sistema de Información de Mercados Agrícolas, así como la habilidad de usar apropiadamente las herramientas.
 - Aprendizaje continuo – prácticas de mercadeo, empaques y variedades cambian todo el tiempo; especialmente en
 - c. Amplia diseminación de información de mercado – entre más amplia la diseminación de información es mejor, ya que es difícil saber cuando la información beneficiará al cliente.
 - Información a través de una serie de puntos de venta – reportes de mercado e información puede estar disponible a través de grabadoras telefónicas, programas de radio, periódicos locales, pizarras informativas, páginas web, y reportes impresos.
 - Considere alta tecnología y bajar tecnología – los primeros reportes de mercado fueron diseminados por teletipo, mientras que los clientes de hoy quieren la información en sus dispositivos móviles. Los clientes tienen una amplia capacidad que varía en términos de acceso a la información, desde muy limitado acceso a tecnología a los usuarios de datos altamente sofisticados. Es importante tratar cada tipo de necesidades de información de los clientes cuando sea posible.
 - Diseminación hacia arriba – es fundamental que los altos funcionarios en las instituciones tengan conocimiento de los productos de los Sistemas de Información de Mercado y que el valor de estos productos al complejo agro-industrial, tanto a nivel nacional como en el extranjero. Estos funcionarios pueden tomar decisiones acerca de cómo distribuir recursos críticos tanto humanos como financieros, y ellos necesitan entender que lo que están haciendo los Sistemas de Información de Mercados Agrícolas tiene valor real.
 - d. Metodología consistente – reporteros deben estar haciendo el mismo proceso en la cobertura del mercado en cada ubicación, así como utilizar los mismos términos. Los clientes pueden entonces utilizar cada reporte o lote de información y conocer lo que la información dice y como fue colectada.
 - Programas de entrenamiento – consistencia y conocimiento son productos esenciales de un programa de entrenamiento de un Sistema de Información de Mercados Agrícolas, así como la habilidad de usar apropiadamente las herramientas.
 - Aprendizaje continuo – prácticas de mercadeo, empaques y variedades cambian todo el tiempo; especialmente en

periódicos locales, pizarras informativas, páginas web, y reportes impresos.

- Considere alta tecnología y bajar tecnología – los primeros reportes de mercado fueron diseminados por teletipo, mientras que los clientes de hoy quieren la información en sus dispositivos móviles. Los clientes tienen una amplia capacidad que varía en términos de acceso a la información, desde muy limitado acceso a tecnología a los usuarios de datos altamente sofisticados. Es importante tratar cada tipo de necesidades de información de los clientes cuando sea posible.

- Diseminación hacia arriba – es fundamental que los altos funcionarios en las instituciones tengan conocimiento de los productos de los Sistemas de Información de Mercado y que el valor de estos productos al complejo agro-industrial, tanto a nivel nacional como en el extranjero. Estos funcionarios pueden tomar decisiones acerca de cómo distribuir recursos críticos tanto humanos como financieros, y ellos necesitan entender que lo que están haciendo los Sistemas de Información de Mercados Agrícolas tiene valor real.

- b. Amplia diseminación de información de mercado – entre más amplia la diseminación de información es mejor, ya que es difícil saber cuando la información beneficiará al cliente.

- Información a través de una serie de puntos de venta – reportes de mercado e información puede estar disponible a través de grabadoras telefónicas, programas de radio, periódicos locales, pizarras informativas, páginas web, y reportes impresos.

- Considere alta tecnología y bajar tecnología – los primeros reportes de mercado fueron diseminados por teletipo, mientras que los clientes de hoy quieren la información en sus dispositivos móviles. Los clientes tienen una amplia capacidad que varía en términos de acceso a la información, desde muy limitado acceso a tecnología a los usuarios de datos altamente sofisticados. Es importante tratar cada tipo de necesidades de información de los clientes cuando sea posible.

- Diseminación hacia arriba – es fundamental que los altos funcionarios en las instituciones tengan conocimiento de los productos de los Sistemas de Información de Mercado y que el valor de estos productos al complejo agro-industrial, tanto a nivel nacional como en el extranjero. Estos funcionarios pueden tomar decisiones acerca de cómo distribuir recursos críticos tanto humanos como financieros, y ellos necesitan entender que lo que están haciendo los Sistemas de Información de Mercados Agrícolas tiene valor real.

- c. Metodología consistente – reporteros deben estar haciendo el mismo proceso en la cobertura del mercado en cada ubicación, así como utilizar los mismos términos. Los clientes pueden entonces utilizar cada reporte o lote de información y conocer lo que la información dice y como fue colectada.

- Programas de entrenamiento – consistencia y conocimiento son productos esenciales de un programa de entrenamiento de un Sistema de Información de Mercados Agrícolas, así como la habilidad de usar apropiadamente las herramientas.

- Aprendizaje continuo – prácticas de mercadeo, empaques y variedades cambian todo el tiempo; especialmente en

las frutas y vegetales. Tecnología también cambia rápidamente. Por lo tanto, es fundamental que los reporteros y los tomadores de datos se les provea regularmente actualizaciones en estas áreas, ya sea a través de entrenamiento presencial o comunicaciones regulares.

- Materiales de referencia – una de las herramientas más críticas para ayudar a asegurar consistencia y técnicas apropiadas son los materiales de referencia o manuales usados por los reporteros de mercado. Estos deben ser periódicamente revisados y actualizados para que sean lo más efectivamente posibles.

3. Bien apoyado con financiamiento seguro – uno de los principales aspectos de un exitoso Sistema de Información de Mercados Agrícolas es apoyo institucional al más alto nivel y financiamiento seguro. Si bien es cierto que estos están por lo general fuera del control de los administradores de los Sistemas de Información de Mercados Agrícolas, es una prioridad estratégica.

- Programa de apoyo – el apoyo para un Sistema de Información de Mercados Agrícolas puede venir de los clientes que servimos o del liderazgo dentro de las Instituciones. El apoyo de los clientes es la razón por lo que escucharlos y conocer sus necesidades de información es tan importante.
- Fuente de financiamiento confiable – otra vez, esto puede estar fuera del control de los administradores de los Sistemas de Información Agrícolas locales pero es una prioridad estratégica.
- Asegurar retroalimentación “hacia arriba” – esto está relacionado con la disseminación hacia arriba, en que el Sistema de Información de Mercados Agrícolas está asegurando que está promocionando sus esfuerzos y logros hacia funcionarios de alto nivel para ayudar a generar apoyo.
- Conectar a grupos de la industria – tener un directo nivel y personal de conexión a grupos claves de la industria puede ayudar a tener mejor cooperación de contactos de información, generar apoyo institucional, y ayudar a entender mejor las necesidades de información de sus clientes

4. Contar con profesionales bien entrenados y dedicados – la clave para el éxito de cualquier organización son las personas que la componen. Escoja su personal sabiamente, ya que ellos pueden determinar el grado de éxito de su Sistema de Información de Mercados Agrícolas.

- Profesionales dedicados – reporteros de mercado deben ser vistos, y entrenados para ser, los ojos y oídos del sector agrícola. Ellos deben ser vistos como profesionales, y valorados como tal.
- Crear un espíritu de grupo – es importante que las personas quienes hacen el importante trabajo que hace que Sistema de Información de Mercados Agrícolas funcione, los reporteros de mercado y tomadores de datos, entiendan la contribución significativa que ellos hacen a la industria agrícola y a su nación. Si ellos creen que son parte de un importante esfuerzo, ellos se sentirán mejor acerca del trabajo que hacen.
- Contrate las personas correctas – no todas las personas son adecuadas para ser parte de un sistema donde contactos de información son voluntarios. Humildad, honestidad, y un

sentido del deber son atributos valorados de un buen reportero de mercado. Otras características son habilidades interpersonales, confiabilidad y creatividad.

- Proveer los recursos necesarios – reporteros necesitan lo básico para llevar a cabo sus tareas a un nivel alto. Estos recursos pueden incluir los materiales de referencia que ellos necesitan para hacer su trabajo, materiales de oficina, o algo como el apoyo institucional para atender eventos claves de la industria.

Taller regional Capacitando Capacitadores para reporteros de mercado

Como parte de la colaboración actual entre la Organización de Información de Mercados de las Américas (OIMA) y el Proyecto USDA/USAID “Acuerdo del Programa de Agencias Participantes (PAPA, por sus siglas en inglés)”, el Servicio de Agricultura Exterior (FAS, por sus siglas en inglés) del USDA, coordinaron un taller regional de entrenamiento de entrenadores para reporteros de mercado de los países del CAFTA-RD y Panamá en San Salvador, El Salvador del 17-19 de abril de 2012. Técnicos expertos del Servicio de Mercadeo Agrícola (AMS, por sus siglas en inglés) del USDA facilitaron las sesiones, las cuales se enfocaron en metodologías para la colección, procesamiento, y disseminación de información de mercado mayorista. El entrenamiento fue brindado en respuesta a las necesidades expresadas por los representantes de OIMA durante el Evento Posterior llevado a cabo después de la Reunión Regular de OIMA el año pasado en Santo Domingo, República Dominicana.

Sistemas de Información de Mercados Agrícolas robustos pueden mejorar el medio de vida de los pequeños agricultores, reducir volatilidad de mercado, y ayudar a los gobiernos a tomar decisiones informadas sobre políticas. Representantes de siete países participaron en el entrenamiento, incluyendo tres del Ministerio de Agricultura de El Salvador, y dos de cada uno de los Ministerios de Agricultura de Costa Rica, Guatemala, Honduras, Nicaragua, Panamá y República Dominicana. También participaron representantes nacionales del Sistema Mesoamericano de Alerta Temprana para la Seguridad Alimentaria (MFEWS, por sus siglas en inglés) y del proyecto PROMEFRUT financiado por el Banco Interamericano de Desarrollo (BID).



Participantes e instructores del taller de entrenamiento de entrenadores.



Visita al mercado mayorista “La Tiendona”.

Seminario sobre la innovación para la agricultura familiar y seguridad alimentaria

Luis Fernando Palmer, Noticias de Mercado de Frutas y Vegetales, fue invitado para asistir y participar como panelista en un seminario internacional muy importante llevado a cabo en Buenos Aires, Argentina. El título del seminario fue “Innovación para la agricultura familiar y seguridad alimentaria”. La invitación fue para un experto en el área de sistemas de información de mercado internacional, y como los sistemas apoyan tanto la seguridad alimentaria como la agricultura familiar.

Innovagro es una red cuyo objetivo es promover los procesos de gestión de la innovación en el sector agroalimentario a través del intercambio de conocimiento, información, cooperación técnica y experiencias a través de la constitución y funcionamiento de la red de gestión de la innovación del sector agroalimentario.

La reunión se llevó a cabo del 21-22 de mayo de 2012 en la Universidad Católica en Buenos Aires con aproximadamente 400 - 500 participantes de todo el mundo. Mr. Palmer representó no solo a la División de Noticias de Mercado de



Seminario “Innovación para la agricultura familiar y seguridad alimentaria” banner promocional.

USDA, sino también a la Organización de Información de Mercados de las Américas (OIMA).

OIMA trasciende fronteras continentales

El Centro Técnico para la Cooperación Agrícola y Rural (CTA, por sus siglas en inglés) y la Comisión Económica de las Naciones Unidas para África (UNECA) unieron esfuerzos para construir una red Africana de sistemas de información de mercado. El objetivo global es de mejorar las políticas de comercio agrícola, mercados y más eficientes cadenas de valor, con el sector público y privado. La red busca incrementar la colaboración, trabajo en red, compartir experiencias e información de mercado a través del Continente Africano. Para reducir la curva de aprendizaje en la creación de una red, CTA se acercó a OIMA.

OIMA fue invitada por CTA a participar en el taller sobre Sistemas de Información Agrícolas Africanos, llevado a cabo en Bamako, Mali, del 30 de noviembre al 2 de diciembre de 2011. Varios Sistemas de Información de Mercados Africanos y expertos en sistemas de información de mercado asistieron al taller, en el cual se discutieron la evolución de los sistemas de información de mercado en África. Adicionalmente, el impacto de los sistemas de información de mercado fue evaluado y diferentes iniciativas de trabajo en red en África y América fueron analizadas. La presentación de OIMA incluyó su origen, la formación, estructura y gobernanza de la Organización, así como las muchas actividades realizadas por la Organización en creación de capacidades, intercambio de información y experiencia técnica. Especial énfasis fue dado a los logros obtenidos por la Organización durante sus diez años de funcionamiento. Se afirmó claramente que OIMA apoya que la información es un bien público que ayuda a mejorar la transparencia de mercado.

OIMA recibió una invitación de CTA y UNECA para participar en la reunión del grupo de expertos ad-hoc sobre la red de Sistemas de Información de Mercados Africanos (AAMIS), para discutir el futuro trabajo para construir la red africana. Este taller fue llevado a cabo en Addis Ababa, Etiopía del 8-10 de mayo de 2012. La reunión contó con la pre-



UNECA, CTA, CIRAD y MSU discurso de apertura en la reunión de expertos ad-hoc.

sencia de los sistemas de información africanos más desarrollados, las redes africanas del Este y Oeste de información de mercado (RATIN y RESIMAO), agencias de cooperación y donantes, e instituciones con experiencia en sistemas de información de mercado, tales como CIRAD y Michigan State University. CTA y UNECA organizaron el evento y están inicialmente co-financiando la iniciativa de la red. OIMA tuvo la oportunidad de compartir su experiencia relacionada a la formación y organización de una red exitosa y los diferentes grupos claves establecidos para comenzar el trabajo real. Como OIMA, AAMIS comenzará a trabajar en diferentes áreas claves, éstas son: gobernanza/membresía, página web, feria de sistema de información de mercado, y financiamiento.

Buenos Aires – Argentina anfitrión de la XI reunión regular de la Organización de Información de Mercados de las Américas (OIMA)

La Argentina será sede de la XI Reunión Regular de la Organización de Información de Mercados de las Américas (OIMA), que se realizará del 23 al 26 de octubre próximo en el Hotel Sofitel de Buenos Aires. Presidirán la mencionada Asamblea el Sr. Terry Long, Director, Noticias de Mercado de Frutas y Hortalizas del Departamento de Agricultura de los Estados Unidos y la Sra. Enid Cuellar del Sistema de Información de Mercados de Productos Agrícolas de Honduras (SIMPAAH).

Nuestro país estará representado por la Lic. Andrea Marcela Dansa, de la Dirección de Mercados Agrícolas del Ministerio de Agricultura Ganadería y Pesca de la Nación.

La Organización de Información de Mercados de las Américas (OIMA) es la única que agrupa a los sistemas de información de mercados agropecuarios del continente, constituye una red de cooperación hemisférica, promueve el intercambio de información y provee recomendaciones y asistencia técnica a sus miembros.

Desde el año 2000, este organismo mantiene reuniones anuales en busca del fortalecimiento y desarrollo sostenido de los sistemas de información de mercados agropecuarios entre los países miembros.



Actualizaciones regionales

Región Norte

Canadá

El Ministerio de Agricultura y Agroalimentación de Canadá (AAFC, por sus siglas en inglés), en colaboración con la industria

hortícola (actores y miembros de la cadena de valor), condujeron una exploración del ambiente del estado de la disponibilidad y accesibilidad de información de mercado hortícola. El objetivo fue identificar los vacíos de información y las necesidades de la industria para diseñar un plan estratégico de acción para la industria en los próximos años. Este proyecto es de alcance nacional y esperamos obtener alguna información sobre temas específicos cuando el análisis de la encuesta se concluya. Canadá también ha mejorado su sistema InfoHort para permitir consultas ad hoc o la posibilidad de hacer consultas personalizadas de datos. Adicionalmente, ellos están colaborando con el Consejo Hortícola de Quebec (Conseil Québécois de Horticole) quien está organizando una reunión con las naciones de Francia y Alemania, a llevarse a cabo en una fecha aún por determinar. Los representantes de AAFC y USDA han sido invitados a participar.

México

El Sistema Nacional de Información e Integración de Mercados Mexicanos (SNIIM) recientemente recibió al jefe de ODEPA, el Sistema de Información de Chile. Los Chilenos tenían interés no solamente en conocer la metodología que utiliza el SNIIM para la colección de precios de mercados mayoristas, sino que también como la información es procesada y diseminada. ODEPA también quería fortalecer los lazos entre las dos instituciones – ambos son socios en OIMA. SNIIM también completó la primera fase del proyecto llamado “Rediseño Integral de SNIIM”, el cual incluye la migración de sus bases de datos a una plataforma Oracle e incluir importantes mejoras a su sistema. Estas mejoras incluirán mejor graficado y la habilidad de ejecutar historiales de precios. SNIIM ha comenzado la segunda fase del proyecto. Adicionalmente, SNIIM está trabajando con el Servicio de Noticias de Mercado de Estados Unidos para mejorar su acceso a los datos del Portal de Noticias de Mercado del USDA.

Estados Unidos

El Servicio de Noticias de Mercado de Estados Unidos ha terminado dos actividades claves para cada uno de los cinco sistemas de información de mercados de productos en USDA. Hubo una Evaluación Organizacional por un proveedor externo para identificar eficiencias y maneras de como hacer el Servicio de Noticias de Mercado más efectivo. Muchas observaciones hubieron en el reporte final que están siendo abordadas; tales como, consolidación de oficinas para reducir costos, utilización cruzada de personal para hacer reportes, y el uso de medios sociales para obtener información de los clientes. La otra actividad fue una Encuesta de Satisfacción del Cliente, también dirigida por un proveedor externo. La encuesta identificó áreas claves de fortaleza y áreas que necesitan ser mejoradas. Las observaciones están siendo consideradas en relación con la mejora de la estructura y composición de reportes de mercado, y el diseño y las características de la Plataforma de entrega de información clave – El Portal de Noticias de Mercado. Adicionalmente, una nueva característica del Portal se dará a conocer pronto al público llamada Herramienta de Promedios Personalizada (CAT, por sus siglas en inglés). Esta mejora permitirá a los usuarios a ejecutar promedios para prácticamente cualquier producto en un plazo de tiempo, con los usuarios haciendo sus propias decisiones para los parámetros específicos de búsqueda y los datos resultantes.

Región Central

El proyecto PROMEFRUT que unió esfuerzos con la Organización de Información de Mercados de las Américas (OIMA) para construir capacidades en colección de datos y análisis de información en la Región de Centro América y República Dominicana, terminó sus actividades en Agosto de 2012. Durante la duración de este proyecto, dos importantes talleres se realizaron: (1) entrenamiento de reporteros de mercado en colección de datos, y (2) entrenamiento de analistas de datos en inteligencia de mercado. Adicionalmente, una plataforma de inteligencia de mercados fue construida, donde datos como precios mayoristas, datos de exportación e importación, datos de producción acerca de frutas de interés identificadas para la región fueron publicados. La plataforma está siendo actualizada por el personal de los sistemas de información de mercado de la región. Esta plataforma llamada SIMEFRUT también provee información para ayudar a construir indicadores de inteligencia de mercados. Se llegó a un acuerdo que la plataforma fuera hospedada por el servidor del Consejo Agropecuario Centroamericano (CAC). Fondos para su sostenibilidad están serán gestionados por CAC y OIMA.

Durante el 2012, la región se benefició con el proyecto USDA-USAID PAPA (Acuerdo del Programa de Agencias Participantes), un proyecto financiado por USAID e implementado por USDA. El principal objetivo de este proyecto es construir capacidades regionales en los sistemas de información de mercados de los países miembros CAFTA-RD en temas comunes de interés. En Abril de 2012, un taller de entrenamiento de entrenadores fue realizado para reporteros de mercado en colección de datos.

Región Sur

La Región Sur continúa haciendo esfuerzos en conjunto para elaborar boletines trimestrales llamados “Precios Mayoristas de Frutas y Vegetales”, con terminologías comunes. Desde Enero de 2012, el boletín esta siendo elaborado trimestralmente. El primer y segundo boletín trimestral para 2012 ya han sido elaborados. En estos boletines, los precios son reportados en USD/kg y los productos son listados usando el nombre local en español, en inglés y presentando el nombre científico.

Durante el segundo trimestre de 2012 (Abril a Junio), el boletín comenzó presentando un perfil de un producto de interés para la región. El segundo boletín trimestral presentó el Perfil para Durazno para Argentina. Para el tercer trimestre, el Perfil de Naranja será preparado por el delegado de Brasil. En el último trimestre, le tocará a Chile. Paraguay preparará un perfil de producto para el primer trimestre de 2013.

Para el próximo año (2013), el trabajo será coordinado por el miembro electo como representante de la región en el Comité Ejecutivo, o por consideración de los países miembros de la región.

Para Uruguay, como solicitado al Comité Ejecutivo, el Presidente de OIMA enviará una nota de invitación al Ministro de Agricultura, para que el representante pueda participar en la reunión regular de OIMA en Buenos Aires, Argentina en Octubre de 2012. La participación de un delegado de Uruguay será bienvenida por el grupo y ayudará a coordinar mejor el trabajo en la región.

Región Caribe

Antigua y Barbuda

Durante el primer trimestre de 2012, Antigua y Barbuda está en un el proceso de re-establecer el Servicio de Inteligencia de Producción Comercial (PROMIS, por sus siglas en inglés), a través de la Corporación Central de Comercialización (CMC), en un esfuerzo de proveer servicios mejorados al público y la comunidad agrícola a través de presentación de información de producción y comercialización clara, dinámica y precisa para mejorar el acceso a mercado y, finalmente, promover más la toma de decisiones informadas relacionadas al cultivo (qué y cuándo producir). El principal objetivo de PROMIS es desarrollar un sistema de información de producción y mercadeo que será beneficioso para la cadena agrícola entera en Antigua y Barbuda. Especialmente PROMIS pretende:

- Proveer información a los productores locales que les permita maximizar su producción potencial y suplir la nación con productos agrícolas.
- Asistir clientes (detallistas, mayoristas) en su toma de decisiones mediante la provisión de información relevante y oportuna sobre los calendarios de producción de los productores locales.
- Identificar y analizar políticas claves, problemas y limitaciones institucionales los cuales obstaculizan los procesos agrícolas productivos y proveer posibles soluciones.
- Presentar la información de mercado agrícola del país en formato amigable para todas las personas interesadas. Presentó y ha desarrollado recientemente un Boletín de información llamado Promis InfoNet.

Hasta la fecha PROMIS ha publicado el primer boletín inaugural de PROMIS InfoNet el cual proveerá a sus usuarios finales una variedad de información útil de mercado y técnica. Una característica del boletín que tiene por objeto garantizar lectores es la propuesta de incluir un perfil de un miembro de la comunidad agrícola.

Barbados

Barbados continua ofreciendo principalmente precios al por menor y mayorista e información de producción de cebolla durante la temporada del cultivo de cebolla a través de la Corporación de Desarrollo Agrícola de Barbados (BADMC, por sus siglas en inglés). El Ministerio de Agricultura, Alimentos, Pesca y Gestión de Recursos Hídricos y su asociación con el proyecto de Desarrollo de Sistemas de Inteligencia de Mercado de la Organización de Alimentación y Agricultura ha sido suspendido hasta nuevo aviso. Este proyecto era para evaluar los sistemas existentes y hacer recomendaciones acerca de la infraestructura humana y física requerida para hacer un Sistema de Información de Mercados robusto en Barbados. Sin embargo, el Ministerio del Servicio Civil ha aprobado la contratación de las capacidades técnicas para asistir en este sentido.

Mientras tanto el BADMC se encuentra desarrollando un Boletín de Mercado “El Pronóstico”, el cual detalla la información de producción de los productores que el BADMC atiende en sus distritos de riego de extensión junto con la información de precios a nivel detallista y mayorista. Este boletín se espera que sea lanzado a comienzos del mes de mayo de 2012.

Dominica

Dominica está en el proceso de diseño e implementación de un proyecto cuyo objetivo es establecer el Sistema de Información de Mercados Agrícolas Nacional (NAMIS). El proyecto se ha detallado y está en espera de aprobación para su implementación.

Grenada

La División de Mercadeo del Ministerio de Agricultura continúa coleccionando y monitoreando:

- a. Precios de productos locales agrícolas frescos y preparar reportes mensuales que detallan precios en varios puntos detallistas.
- b. Datos de compradores comerciales de productores agrícolas locales sobre volumen comprado y coleccionar estimados de producción al nivel de finca.

Actualmente, una unidad de información está todavía por formarse e institucionalizarse dentro del Ministerio de Agricultura,

el cual está actualmente en el proceso de armonización de la colección de datos a través del fortalecimiento de la Planificación.

Surinam

Surinam está en el proceso de implementar un Proyecto de Sistema de Información Agrícola (SAIS). El principal propósito de este proyecto es:

- a. Establecer un adecuado, eficiente y confiable Sistema de Información Agrícola (SAIS).
- b. Proveer información esencial y actualizada sobre el sector agrícola en Surinam de una manera continua a todos los actores.

El sistema de gestión de datos agrícolas será una guía para servir al proceso de investigación más investigación, formulación de políticas y una acción orientada a la sostenibilidad de sistemas de medio de vida rural y agrícola.

OIMA

Para mayor información, favor contactar a:
Terry Long, Presidente del Comité Ejecutivo
terry.long@ams.usda.gov
www.mioa.org

Comité Ejecutivo**Representante Región Norte**

Terry Long - Presidente
Director de la División, Noticias de Mercado de Frutas y Vegetales AMS-USDA
terry.long@ams.usda.gov
Estados Unidos

Representante Región Central

Enid Cuellar - Vice-Presidente
Líder, Sistema de Información de Mercados de Productos Agrícolas de Honduras
enid_cuellar@fhia-hn.org
Honduras

Representante Región Sur

Rafaela Bobadilla
Coordinadora, Sistema de Información de Mercados
sima@mag.gob.py
Paraguay

País anfitrión 2012, Reunión Anual de OIMA

Andrea Dansa
Cordinadora, Area de Mercado de Frutas
adansa@minagri.gob.ar
Argentina

Representante Región Andina

Víctor Bucheli
Director, Sistema de Información Geográfica y Agropecuaria
vbucheli@magap.gob.ec
Ecuador

Representante Región Caribe

Andrew Skeete
Jefe Ejecutivo, Corporación de Desarrollo y Mercadeo Agrícola
andrew.skeete@badmc.org
Barbados

Secretaría Técnica

Frank Lam
IICA
frank.lam@iica.int